Capitulo 4

4.0 Resultados

Los resultados fueron variados respecto a la idea que los trabajadores tienen del INFONAVIT, hubo quienes dijeron estar satisfechos con el servicio y las atenciones de la institución, como la señora Luz del carmen Pérez que comentó: “Es un buen programa para que la gente que no tiene solvencia económica fuerte, pueda hacerse de alguna casa” al igual que la señora Inés que al hacerle la pregunta ¿Cómo te ha resultado el crédito INFONAVIT? Contestó “Pues bien por que es una ayuda para mi economía, porque en lugar de pagar una renta, estoy pagando una mensualidad de una casa que algún día va a ser mía.” Otra persona que se mostró contenta con la institución fue la señora Leticia Hernández que contestó a la pregunta ¿cómo le ha resultado el crédito? Con un rotundo y conciso “BIEN”. Mientras que otras personas mostraban estar completamente inconformes.

La realidad es que las personas que más satisfechas estaban con su crédito, y con el trato de la institución, mostraron poco conocimiento sobre el funcionamiento tanto del INFONAVIT como institución al igual que de su propio crédito. Al preguntarles ¿consideran estar enterados tanto del INFONAVIT, como del crédito, las respuesta que más surgió fue un “NO” o para nada o no del todo o como la señora Leticia Hernández comentó después de decir que esta satisfecha con el INFONAVIT “No creo que este bien informada” refiriéndose al funcionamiento del INFONAVIT y su crédito. O como el señor Francisco del Monte que dijo “creo que falta mucha información”

La realidad es que sólo 4 personas contestaron con un “Sí” a la pregunta ¿consideras estar bien informado sobre el INFONAVIT y tu crédito? Y 1 de esas 4 personas, la señora Samara Baez Luna contesto si, más o menos.

Esto quiere decir que 21 de los 25 entrevistados no saben bien como funciona ni la institución, ni su crédito. Lo que equivale al 84 % de los entrevistados.

Otra de las preguntas importantes dentro de los cuestionarios fue la de los medios masivos, para conocer los medio de mayor uso y esto compararlo con el sistema informativo del INFONAVIT. Había dos preguntas similares, la primera siendo ¿Qué medio masivo utilizas con mayor frecuencia? Y otra pregunta que daba 3 opciones Trípticos, Televisión o Internet, ¿por qué esas 3 opciones? La realidad son las que después de haber investigado, mas presupuesto se les invierte y en mejor condición están.

Hubo personas que dijeron haber entrado a la página Web y haberse hecho más bolas, otras que mencionaron que en los teléfonos nunca contestan las llamadas y varios comentaron que preferirían ver la información en la televisión, sin saber que los comerciales son solo eso, comerciales. Son utilizados para motivar a la gente a comprar, no para motivarla a informarse. La realidad es que la mayoría de las personas dijeron que el Internet es sumamente complicado de utilizar, que hay que tener dinero, computadora etc.

Desde un punto de vista un poco mas profesional, como estudiante de comunicación y teniendo las bases para saber distinguir entre un medio bueno o malo, o mejor dicho entre un medio eficaz y uno que no lo es, puedo concluir con base en las respuestas obtenidas y la navegación personal de la pagina de Internet, que no transmite la información necesaria para mantener al cliente enterado del estatus de su crédito.

Otra de las preguntas importantes para esta investigación fue la número 7 de la guía de tópicos de las personas acreditadas por el INFONAVIT, la que pregunta ¿Cómo te gustaría que el INFONAVIT te informara sobre el funcionamiento de tú crédito? A lo que sorprendentemente varias personas contestaron que preferirían que fuera de manera personalizada, ya sea que un trabajador de la institución los visitara en su trabajo, o que les mandaran personalmente información a sus casas, no sólo su estado de cuenta. ¿Por qué me sorprendió esta respuesta? No sólo porque se repitió consistentemente, sino porque a pesar de las obvias complicaciones de tiempo, presupuesto y espacio que esto significaría para una institución, por más grande que sea, sino porque como las personas de mayor edad comentaron que antes así era la información del INFONAVIT, no sé exactamente cuando fue cuando se hizo de esa forma, pero considero que esa era la mejor forma de demostrar la importancia del cliente, haciendo la atención personalizada.

Estoy convencido de que esa época se quedó muy atrás, la realidad es que el servicio al cliente se ha visto reducido de una manera importante y sobre todo en organizaciones como ésta que acaparan, como si fuesen un monopolio, a más de la mitad del mercado de los créditos por casa habitación.

En cuestión de las promociones del INFONAVIT, es un caso extraño porque parecen inexistentes. 9 de las 10 personas acreditadas comentaron nunca haber participado en una promoción, para esta pregunta no se les facilitaron las distintas opciones para evitar sesgar la información o empujarlos a que inventaran el resultado. Las opciones dentro del género de la promoción entran, Sólo si se tienen 12 mensualidades pagadas a tiempo pero son las siguientes:

TATSA	10% de descuento y $250 a cambio por cada cilindro. O tanque estacionario
Vazquez	Amuebla tu casa en 20 min. Consiste en otorgarte un crédito en un tiempo establecido de no más de 20 minutos
Medicall Home	Seguro de vida gratis
casamia	Aprovecha el programa *Opción Cambio de Casa* Consiste en otorgarte 5% de descuento en otra vivienda
Viana	Presenta tu estado de cuenta y obtén un 10% de descuento
HSBC	Ya estás construyendo tu patrimonio...

El problema con estas promociones sigue siendo encontrarlas, ya que después de haber entrado a la página Web www.infonavit.com.mx es casi imposible encontrarlas, ya que sólo vienen ligas hacia tu saldo, tu estado de cuenta o solicitud de crédito. Y posteriormente lo que yo hice fue preguntar en las oficinas del INFONAVIT y me comentaron de otra liga http://200.38.126.96/paginas/promos/infonavit/index2.html, donde después de seguir buscando encontré algunas otras promociones donde los premios serian:

Mensualidades Gratis

Aquí sólo aplica para las personas que tengan al corriente sus pagos, participan en el concurso donde podrán ganar una de las 500 mensualidades otorgadas, mismas que serán abonadas a capital.

Condonación de Saldos

Si además de cumplir con lo anterior, aquellos acreditados que paguen una mensualidad por adelantado antes del 26 de Diciembre, abonada a capital, participan en el concurso donde podrán ganar una de las 5 cancelaciones de su crédito hasta por $400,000 cada una, mismas que serán abonadas a capital.

Pero aquí algo importante a destacar, mas allá de que es imposible dar con estas promociones, es la respuesta del señora Estela Carrión que al hacerle la pregunta ¿cómo se entero de la promoción? Contesto “No me acuerdo, Salio en la tele que te inscribieras en una pagina de Internet, y después me hablaron por teléfono para decirme que para inscribirme tenía que pagar dos mensualidades y por eso ya no entre al sorteo” a esta señora le dijeron que tenia que pagar por adelantado 2 mensualidades extras a las que ya tenia y con las que ya cumplía los requisitos establecidos por el formato de la promoción.

4.1 Puntos Relevantes de las Entrevistas

- Aunque la mayoría no sepa como funciona ni el INFONAVIT, ni su crédito, están conformes con el servicio que la institución les ofrece
- Gran parte de los entrevistados tienen un concepto del INFONAVIT como algo positivo
- El Internet es un medio completamente ajeno a las personas que entrevisté, lo cual lo hace un problema informativo
- La gente no sabía que el INFONAVIT tenia página de Internet
- El medio por el cual la mayoría quisiera ver información, mas no publicidad, es la televisión
- Atención personalizada fue la segunda preferencia sobre el medio por el cual le gustaría informarse la gente
- El grueso de las personas entrevistadas mencionaron no estar bien informadas sobre el funcionamiento de su crédito
- Casi ninguno ha participado en promociones
- Pocas personas han visitado las oficinas del INFONAVIT, para otro motivo que no se el tramite de su crédito
- Varias personas mencionaron que los trípticos son una buena fuente de información, pero comentaron que sólo los reparten en las oficinas del INFONAVIT
- Las personas sienten que el INFONAVIT debería de dar más información y menos publicidad

- Sólo una persona mencionó el INFONATEL, servicio de atención al cliente vía telefónica
- Los trabajadores del IMSS, mencionaron que antes se les daba atención personalizada , iba una persona a hablar con ellos ahí a la oficina y ahora ya no

Es muy importante el haber destacado los puntos principales, ya que posteriormente podrían facilitar un estudio similar o auxiliar a este. La verdad es que los resultados hablan por sí solos. Así como hay aspectos positivos dentro de la institución, también los hay negativos, y es de suma importancia estar consientes de ellos ya que el objetivo principal de esta investigación era conocer el grado de desinformación del trabajador respecto al funcionamiento del INFONAVIT y creo que el haber realizado este estudio cualitativo me acerca a la comprensión del problema en un esquema mas global.

Son varios factores los que afectan a la optimización del sistema informativo del INFONAVIT. El problema es muy complejo. Por un lado esta la falta de educación de la gente, por otro la falta de difusión adecuada de la información del INFONAVIT y como hemos visto, problemas sociales y políticos también tienen mucho que ver con el manejo de la información y la falta de comprensión de la misma.

Los principales medios utilizados por el INFONAVIT son el Internet, el Teléfono, la Televisión y los Trípticos. A continuación desarrollo las principales fallas que le encuentro a cada uno de estos medios.

Internet

- Se necesita tener acceso al Internet
- Se necesita saber usarlo forzosamente
- El mapa del Sitio claramente nos dice a dónde ir pero de manera confusa.
- Existen varios aspectos que no se encuentran dentro de la página principal, como las promociones, eventos etc.
- Al ser un medio masivo reciente, excluye al sector de la tercera edad
- No existe publicidad para que la gente ingrese
- Sólo vienen datos de valores fijos como interés generado, o cuanto debe la persona. Pero no viene información sobre el funcionamiento real del crédito.
- Es sólo para personas que saben leer y escribir

INFONATEL

- Requiere mucho tiempo para consultarlo
- Sólo hay una guía de cómo utilizarlo y se encuentra en un tríptico
- Al ser un numero 01-800 implica que te conteste una maquina y te de mas opciones, y esas opciones te mandan a otras opciones.
- Cuando si te contestan y esa una información confidencial te dicen que asistas a las oficinas

- No es atención personalizada
- En ocasiones como la uno de mis entrevistados, te dejan en espera.

Trípticos

- Nadie responde una duda sobre ellos
- Sólo se consiguen en las oficinas del INFONAVIT
- Es sólo para personas que saben leer y escribir, tristemente tengo que poner este punto pero sigue siendo un problema en este país
- Son un medio limitado, no masivo
- La gente no acostumbra a poner atención en ellos
- Son un medio publicitario, mas no informativo

Comerciales de Televisión

- Hay que estar viendo el televisor justo en el momento de la transmisión.
- Se necesita comprender el mensaje.
- El medio es sólo visual
- Se necesita tener una televisión
- Por lo general la gente cambia de canal cuando hay comerciales.
- No son tan constantes como para mantener el grado de impacto como "alto".
- Son mera publicidad y no son informativos